





ホームページを
飲食店に
例えてみると
よく分かる

おいしい店が
必ずしも
流行るわけ
じゃないし

デザイン
(建物や内装)が
きれいだからって
流行るわけ
ではない



オレの場合は
それまでは
ホームページの
デザインにばかり
こだわって

マーケティング
戦略を
考えて
いなかったんだ

ドキッ



ネットの
世界で言えば

キーワード
検索数
=
お客さんの数
...となる!



店を出すとき
まずはじめに
考えなきゃ
いけないのは

客が周りに
どれくらい
いるのか
調べることも
なんだ



周囲に
お客さんが
いそうだな...と
目星をつけたら
次にライバルを
チェックする

え!?!
さらに
調べるの?



客がいなくて
そこに店を
出すのは無謀
だよな...

ライバル



検索数
ゼロの
ところに
店を
作っても

そこに客が
いないという
意味だから
集客も
思うように
行かない

カラーン

※キーワードとは...お客様が検索する言葉(単語)のこと
(例:「税理士 新宿」「離婚 相談」「会社設立」など)

※SEOとは…検索にヒットしやすくする作業
ホームページを最適化すること



$$\text{ホームページの集客力} = \frac{\text{成約率}}{\text{問い合わせ率}} \times \text{アクセス}$$



※PPCとは…検索結果の画面に出る広告のこと。ヤフーのプロモーション
広告(リスティング広告)やグーグルのアドワースが有名



